

Produk bagus harus dikenal.

Pemasaran Offline & Online

Kenalkan • yakinkan • jual • pertahankan pelanggan

OUTPUT PESERTA
Materi promosi + Rencana pemasaran 30 hari



Pemasaran bukan sekadar jualan

Pemasaran adalah proses membuat pelanggan mengenal nilai, percaya, membeli, lalu kembali.

01

Kenalkan

Hadir di kanal yang digunakan pelanggan

02

Yakinkan

Tunjukkan manfaat, bukti, dan kualitas

03

Jual

Buat penawaran dan cara beli yang mudah

04

Pertahankan

Layani, catat, dan tindak lanjuti

Tujuan akhirnya bukan hanya transaksi pertama, tetapi hubungan pelanggan.

Kenali dulu siapa pelanggan kita

Semakin spesifik targetnya, semakin tepat pesan dan kanalnya.

01

USIA

Tahap hidup & preferensi

02

LOKASI

Jarak & area layanan

03

KEBUTUHAN

Hasil yang dicari

04

KEBIASAAN

Kapan dan di mana membeli

05

DAYA BELI

Rentang harga yang wajar

06

MASALAH

Hambatan yang ingin selesai

Lengkapi: “Produk saya membantu _____ yang ingin _____.”

Dikenal sampai direkomendasikan

Setiap tahap membutuhkan tindakan pemasaran yang berbeda.



Pertanyaan kunci: pelanggan Anda paling banyak berhenti di tahap mana?

Jangan bergantung pada satu kanal

Offline membangun kedekatan. Online memperluas jangkauan dan memudahkan tindak lanjut.

OFFLINE

Dekat • personal • cepat dipercaya

- Jaringan & komunitas
- Referral & reseller
- Bazar, toko, sampling

ONLINE

Luas • terukur • mudah diulang

- WhatsApp & media sosial
- Google Maps & marketplace
- Konten, database, follow-up

PILIH 1 KANAL UTAMA + 2 KANAL PENDUKUNG

Mulai dari jaringan terdekat

Pasar awal terbaik sering kali sudah mengenal Anda—mulailah dengan percakapan, bukan spam.

01 Keluarga

Minta masukan jujur

02 Teman

Tawarkan paket coba

03 Tetangga

Promosi area sekitar

04 Rekan kerja

Buka pre-order

05 Alumni

Masuk forum relevan

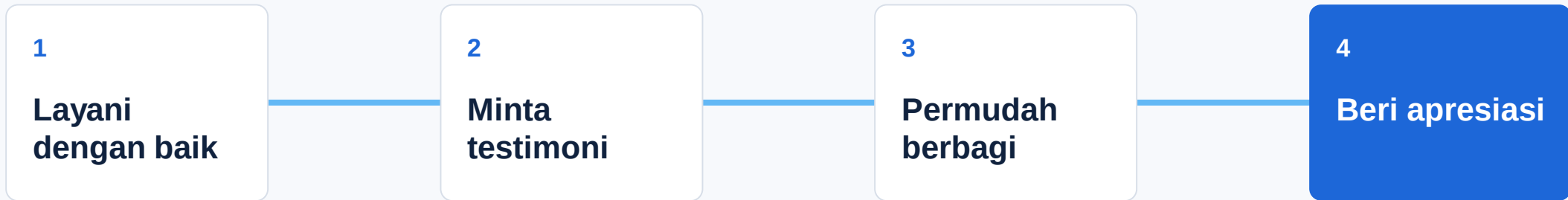
06 Komunitas

Kolaborasi kegiatan

AKSI: tulis 20 nama yang paling mungkin mencoba atau merekomendasikan produk.

Referral: pelanggan membawa pelanggan

Rekomendasi muncul ketika pengalaman pelanggan mudah diceritakan dan layak dibagikan.



Contoh pesan

“Kalau produknya cocok, boleh bantu rekomendasikan ke satu teman? Tunjukkan pesan ini untuk bonus kecil.”

Reseller, agen & titip jual memperluas distribusi

01

RESELLER

Membeli lalu menjual kembali

Siapkan harga khusus, minimum order, materi promosi

02

AGEN

Mewakili wilayah/target tertentu

Tentukan area, target, komisi, dan laporan

03

TITIP JUAL

Produk dibayar setelah laku

Sepakati stok, margin, retur, dan jadwal cek

Wajib tertulis: harga • margin • stok • pembayaran • retur • wilayah

Bazar, pameran, dan sampling adalah tes pasar

Jangan hanya mengejar omzet. Kumpulkan data yang membantu produk menjadi lebih tepat.

SEBELUM

Pilih produk unggulan
Siapkan harga & stok
Buat QR/kontak

SAAT ACARA

Ajak mencoba
Catat pertanyaan
Minta kontak & feedback

SETELAH

Follow-up 1–2 hari
Rekap produk terlaris
Perbaiki penawaran

UKUR 4 HAL: pengunjung • sampel • transaksi • kontak prospek

WhatsApp Business: toko terdekat

PROFIL YANG SIAP JUAL

Nama usaha jelas
Deskripsi singkat
Jam operasional
Alamat & tautan
Katalog ≥ 5 produk

MUDAH DICARI • MUDAH DIBELI

Katalog

Foto, harga, deskripsi

Pesan otomatis

Salam & di luar jam kerja

Label

Prospek, order, lunas, ulang

Broadcast

Relevan, berizin, tidak berlebihan

Follow-up

Ramah dan punya alasan

Instagram & Facebook membangun kepercayaan

Profil rapi membuat calon pelanggan cepat memahami siapa Anda, apa manfaatnya, dan bagaimana membeli.

40%

EDUKASI

Tips, masalah, cara pakai

30%

BUKTI

Testimoni, proses, kualitas

20%

INTERAKSI

Story, tanya jawab, polling

10%

PROMO

Paket, bonus, urgensi

Konsisten lebih penting daripada sempurna: mulai 3 konten per minggu.

TikTok: menjual lewat konten

Tunjukkan produk bekerja dalam kehidupan nyata—cepat, manusiawi, dan mudah dipahami.

DEMO

Cara pakai / hasil

CERITA

Masalah pelanggan

PROSES

Behind the scenes

BUKTI

Reaksi & testimoni

TREN

Ikuti yang relevan

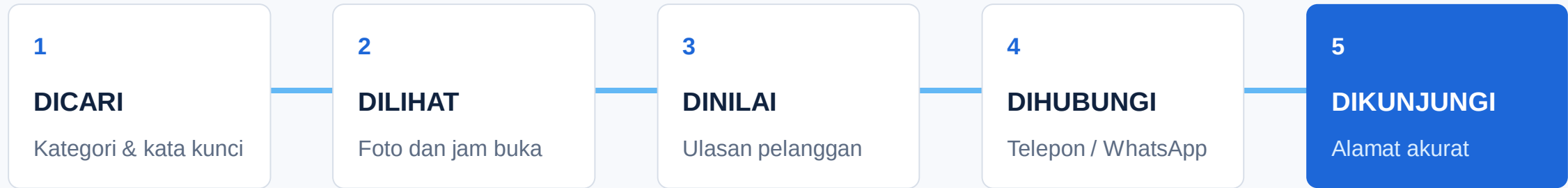
LIVE

Jawab dan tawarkan

Rumus video: 3 detik pertama menarik → manfaat terlihat → ajakan bertindak.

Google Maps: mudah ditemukan pelanggan lokal

Profil lengkap membantu pelanggan menemukan, menilai, lalu menghubungi usaha Anda.



Checklist profil

Nama • kategori • alamat • jam buka • nomor kontak • foto • produk • ulasan

Minta ulasan setelah transaksi—jangan membeli atau membuat ulasan palsu.

Marketplace: pelanggan siap membeli

FOTO PRODUK

Judul: produk + varian + manfaat

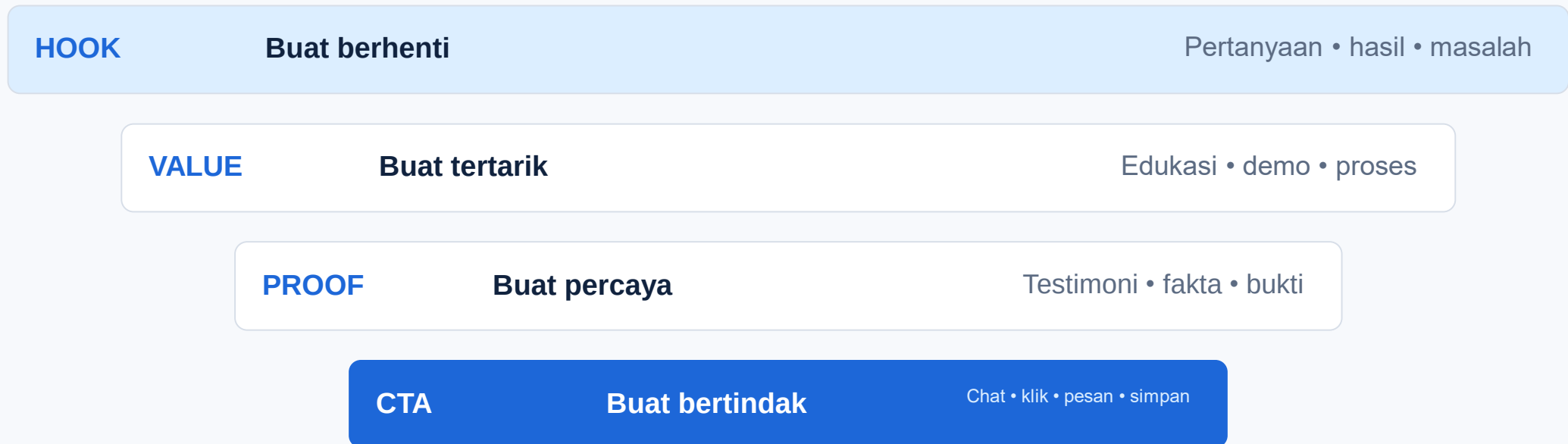
Rp00.000

PROMO / VOUCHER

- | | | |
|---|------------|----------------------------------|
| 1 | JUDUL | Gunakan kata yang dicari |
| 2 | FOTO | Terang, jelas, beberapa sudut |
| 3 | DESKRIPSI | Manfaat, ukuran, isi, cara pakai |
| 4 | LAYANAN | Respons chat & proses cepat |
| 5 | PENGIRIMAN | Kemasan aman dan pilihan kurir |

Konten yang membuat orang berhenti scroll

Konten efektif menjawab satu masalah, menunjukkan satu manfaat, dan memberi satu tindakan berikutnya.



Satu konten = satu pesan utama. Jangan memasukkan semua informasi sekaligus.

Copywriting membantu menjual

1 HEADLINE

Tarik perhatian

2 MASALAH

Tunjukkan pemahaman

3 MANFAAT

Jelaskan hasil

4 BUKTI

Kurangi keraguan

5 PENAWARAN

Beri alasan membeli

6 CTA

Arahkan tindakan

CONTOH

Sering kehabisan ide sarapan? Paket Bekal Hemat siap santap, dibuat pagi hari, dan bisa dipesan H-1. Pesan via WhatsApp hari ini.

Promo jangan asal diskon

Promo yang baik meningkatkan nilai transaksi atau pembelian ulang—bukan sekadar memangkas margin.

BUNDLING

Gabungkan produk

BONUS

Tambah nilai kecil

PAKET HEMAT

Naikkan jumlah beli

VOUCHER

Dorong transaksi berikut

LIMITED

Batasi waktu/stok

LOYALTY

Hargai pelanggan lama

Sebelum promo, hitung: $HPP + \text{biaya kanal} + \text{margin minimum}$.

Pelanggan lama adalah aset

Biaya membangun kepercayaan sudah dibayar. Tugas berikutnya: menjaga pengalaman dan relevansi.

1

LAYANI

Respons cepat & ramah

2

CATAT

Nama, produk, tanggal

3

FOLLOW-UP

Tanya pengalaman

4

TAWARKAN ULANG

Beri alasan relevan

5

HARGAI

Ucapan & benefit loyal

DATABASE MINIMAL: nama • kontak • produk • tanggal beli • catatan

Praktik: buat satu materi promosi produk

Buat satu materi yang siap dipublikasikan hari ini.

AREA VISUAL

FOTO / VIDEO PRODUK

Format: 1:1, 4:5, atau 9:16

01 TARGET

Siapa yang dituju?

03 MANFAAT

Hasil apa yang dijanjikan?

05 PENAWARAN

Apa yang didapat?

02 HOOK

Apa yang menghentikan scroll?

04 BUKTI

Mengapa harus percaya?

06 CTA

Apa tindakan berikutnya?

SELESAI JIKA: visual jelas + copy singkat + penawaran + CTA

Susun rencana pemasaran 30 hari

Pilih aktivitas yang mampu dilakukan secara konsisten, lalu evaluasi setiap minggu.

MINGGU 1

FONDASI

Target, profil, katalog,
database

MINGGU 2

DIKENAL

3 konten + 10 kontak
jaringan

MINGGU 3

DICoba

Sampling / promo / live

MINGGU 4

DIULANG

Follow-up, repeat order,
referral

TARGET 30 HARI

___ prospek • ___ transaksi • Rp ___ omzet • ___ pelanggan ulang

Evaluasi: kanal efektif • konten terbaik • keberatan pelanggan • tindak lanjut

Mulai kecil. Jalankan. Catat. Perbaiki. Ulangi.